

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang berkat-Nya tidak pernah berkesudahan, memberikan hikmat, kekuatan dan kasih karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“GARUDA INDONESIA: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *WORD OF MOUTH* TERHADAP KOSUMEN DALAM GENERASI Z”** dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun untuk menyelesaikan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi, serta memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Universitas Pelita Harapan.

Skripsi ini bisa selesai karena banyaknya bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yaitu:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan
3. Ibu Dr. Pauline H. Pattyranie Tan, M.SI., Ibu Vina Nugroho., dan Ibu Dr. Sabrina O. Sihombing, M. Bus., selaku Pembimbing Akademik penulis masing-masing
4. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M., selaku Ketua Konsentrasi Marketing Universitas Pelita Harapan.

5. Seluruh dosen yang pernah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis di kegiatan administratif.
7. Seluruh staff perpustakaan Johannes Oentoro Lippo Karawaci, Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam mendapatkan sumber pustaka untuk penulisan skripsi.
8. Orang tua penulis yang selalu mendukung secara moral maupun secara material sehingga penulis sampai di tahap ini dan dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan yang ada. Oleh karena hal tersebut, penulis mengharapkan ketersediaannya untuk memberikan kritik dan saran dari pembaca agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik dan lancar. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 30 April 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYAAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.5. Sistematika Penelitian	16
BAB II	18
LANDASAN TEORI.....	18
2.1. Pemasaran Jasa	18
2.2. Perilaku Konsumen dalam Pemasaran Jasa	19
2.3. Industri Penerbangan	20
2.4. Generasi Z	22
2.5. Service Convenience.....	25
2.6. Service Quality	27
2.7. Customer Satisfaction	28
2.8. <i>Word of Mouth</i>	29
2.9. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	30
2.9.1. Kaitan antara Service Convenience dan Customer Satisfaction.....	30

2.9.2. Kaitan antara <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.9.3. Kaitan antara <i>Service Convenience</i> dan <i>Word of Mouth</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	33
2.9.4. Kaitan antara <i>Service Quality</i> dan <i>Word of Mouth</i> melalui <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> sebagai mediasi	34
2.9.5. Kaitan antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Word of Mouth</i>	35
2.10. Model dan Hipotesis	36
BAB 3	38
METODE PENELITIAN	38
3.1. Paradigma Penelitian	38
3.2. Jenis Penelitian	39
3.3. Desain Penelitian	39
3.4. Objek Penelitian	40
3.5. Subjek Penelitian.....	41
3.6. Unit Penelitian Desain Penelitian.....	41
3.7. Etika Pengumpulan Data	43
3.8. Pengukuran Konstruk.....	44
3.8.1. Skala Pengukuran.....	47
3.9. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.10. Teknik Penyusunan Kuisisioner.....	48
3.11. Desain dan Sampel	49
3.12. Penentuan Jumlah Sampel.....	50
3.13. Teknik Analisis Data	51
3.13.1. Studi Pendahuluan.....	51
3.13.2 Uji Validitas	51
3.13.3 Uji Reliabilitas	52
3.13.4 <i>Partial Least Square</i>	52
3.13.4.1 Evaluasi Model.....	53
3.13.4.1.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer-Model</i>)	53
3.13.4.1.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner-Model</i>)	54
BAB 4	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56

4.1 Profil Responden	56
4.1.1 Jenis Kelamin	58
4.1.2 Usia.....	58
4.1.3 Pendidikan Terakhir	59
4.1.4 Pekerjaan	59
4.1.5 Pengeluaran Perbulan	60
4.2 Hasil Uji Studi Pendahuluan.....	60
4.2.1 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan	61
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas Studi Pendahuluan	65
4.3. Hasil Penelitian Aktual	66
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	66
4.3.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Service Convenience.....	67
4.3.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Service Quality	68
4.3.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction	69
4.3.2.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Word of Mouth.....	71
4.3.3 Analisis Data Penelitian.....	72
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas Studi Aktual.....	77
4.3.3.3 Inner Model.....	78
4.4 Pembahasan.....	81
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Implikasi	91
5.2.1. Implikasi Teoritis.....	92
5.2.2. Implikasi Manajerial	94
5.3. Keterbatasan Penelitian	97
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	98
Daftar Pustaka	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Penerbangan Terbaik di Indonesia 2018.....	4
Gambar 1.2 Kualitas Maskapai Terbaik di Indonesia	6
Gambar 1.3 Maskapai dengan Pelayanan dalam Pesawat yang Terbaik di Indonesia	7
Gambar 1.4 Maskapai dengan Ketepatan Waktu Terbaik di Indonesia.....	8
Gambar 1.5 Data Pengguna <i>Mobile</i> dari Umur 16-24 Tahun	12
Gambar 2.1 Lalu Lintas Penerbangan Domestik 2019 di Indonesia.....	23
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	38
Gambar 4.1 <i>Path</i> Model Berdasarkan <i>PLS Algorithm</i>	79
Gambar 4.2 <i>Path</i> Model Berdasarkan <i>Boothstrapping</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penumpang di Bandara Indonesia	4
Tabel 1.2 Temuan Kesenjangan Penelitian.....	12
Tabel 2.1 <i>Timeline of generations Y and Z Generations at Workplaces Journal 2016</i>	22
Tabel 2.2 <i>Generational behavioral characteristics of different age-groups</i>	23
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	44
Tabel 4.1 Profil Responden Penelitian Aktual	56
Tabel 4. 2 <i>Average Variance Extracted</i> Studi Pendahuluan.....	61
Tabel 4.3 <i>Loading Factor</i> Studi Pendahuluan.....	62
Tabel 4.4 Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>)	64
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	65
Tabel 4.6 Limitation of Mean	66
Table 4.7 Lima Poin Skala Likert	67
Tabel 4.8 Mean Variabel <i>Service Convenience</i>	67
Tabel 4.9 Mean Variabel <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.10 Mean Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	70
Tabel 4.11 Mean Variabel <i>Word of Mouth</i>	71
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i> Penelitian Aktual	72

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Fornell-Lacker</i>)... ..	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)...	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual... ..	76
Tabel 4.18 <i>Inner</i> VIF dari Studi Aktual.....	77
Tabel 4.19 Nilai <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	80
Tabel 5.1 Perbandingan Penelitian	92

